

Интервью по вашей просьбе

Веч. Москва. — 1995. — 26 сент. — С. 6.

Про то, как «Маски» отправились на пикник

Георгий Делиев считает, что реклама существует, чтобы кормить актеров

Новый рекламный клип шоколада «Пикник» замечателен по двум поводам: во-первых, это режиссерская работа Сергея Соловьева, а во-вторых, поездка на пикник в веселом трамвайчике — первая работа в кинорекламе любимцев публики — шоу «Маски».

Георгий Делиев, главный в «Масках» человек, знакомый зрителям жантильными бакенбардами, считает работу в рекламе не слишком интересной творчески, но уверен, что подобные предложения — сами по себе свидетельство популярности.

— «Маскам» часто предлагают что-нибудь прорекламировать. Я, честно говоря, побаиваюсь. Кто знает, что станет через полгода с заказчиком — разорится, исчезнет, попадет в скандал. А наше доброе имя пострадает. Поэтому пока мы согласились лишь на два предложения — от фирм «Рено» (продали им себя для фоторекламы на Украине) и «Кэдбери». Ни автомобили первой, ни шоколад второй нигде не исчезнут.

— Актерская работа в рекламе отличается от того, что вы привыкли делать?

— В рекламе актерская работа минимальна. Нет ни особой возможности, ни особой необходимости что-то играть. Как правило, заказчик просто соединяет образ своего продукта с образом популярных теле- или киногероев, и дело сделано. Как я успел заметить, и у Сергея Соловьева, которого я очень

ценю как режиссера, особого простора для творчества не было. Заказчики контролировали и корректировали каждый наш шаг. Зато работу в Англии приняли безо всяких доделок и переделок. Говорят, на «Кэдбери» такое впервые.

— Не отбило это охоту работать в рекламе и впредь? И что вы не согласились бы рекламировать?

— Думаю, во всем мире актеры и режиссеры работают в рекламе ради денег. Платят за нее несравнимо больше, чем за фильмы и спектакли. Да и приятно, что ни говори — серьезные фирмы предложения делают, только изучив рейтинг популярности. Разумеется, ни за какие деньги мы не стали бы участвовать в пропаганде оружия и наркотиков. А алкоголь — почему бы и нет? Лишь бы был качественный.

— Значит, реклама — это работа на кошелек. А что для души?

— А для души «Маски» только что завершили новый 17-серийный фильм. В самое ближайшее время телезрители будут смотреть его по вечерам. О содержании и сюжетах — ни слова. Лучше пускай зрители сами все увидят. Жанр — прежний, который односложно и неохарактеризуешь. Я полагаю, что мы работаем где-то на стыке комедийного немого кино начала века, итальянского театра масок и цирковых номеров классических «коверных».

Светлана КОМИССАРОВА